... mein Tun und Handeln zielorientiert positionieren!

Unternehmensstrategien

Hochschule der Medien (HdM) Stuttgart
Studiengang Medienwirtschaft
Wahlpflichtveranstaltung
SS 2003

Prof. Dr. Martin Gläser

Unternehmensstrategien

Eine Veranstaltung in 16 Lektionen

Grundlagen

Begriffe

1. Unternehmen
2. Strategie

Strategisches Management

3. Theoretische Grundlagen
4. Strategisches Planungs- und Kontrollsystem

Situations-Analyse („SWOT“)

Umwelt, Umfeld

5. Relevantes globales Umfeld
6. Markt = aufgabenspezifisches Umfeld

Unternehmen

7. Outside-In-Perspektive
8. Inside-Out-Perspektive

Strategie-Entwicklung und Umsetzung

Strategische Optionen

9. Unternehmensstrategien
10. Geschäftsfeldstrategien
11. Funktionsbereichsstrategien

Umsetzung

12. Strategische Wahl: Formulierung einer Gesamtstrategie
13. Implementierung

Konsequenzen für Management und Wertschöpfungsprozess

14. Strategiegerechtes Managementsystem
15. Strategiegerechtes Leistungssystem
16. Change Management

*Laufende Einarbeitung
von Case Studies
mit Bezug zu Medien- und TIME-Unternehmen
Diskussionen, Erfahrungsaustausch
Studentische Präsentationen*

Variante 1: Regulärer Seminar-Betrieb, 2 Std. pro Woche

Variante 2: zeitlich asymmetrischer Ablauf

Anzahl der Stunden
(je 45 Min.)

1	<u>Kick-Off-Sitzung</u> : Besprechung Ablauf Vergabe Referate, Terminabsprachen	2
2	<u>Drei interne Workshops</u> : je 6 Stunden, nach Absprache, Stoff-Vermittlung	18
3	<u>Themenbearbeitung durch Studierende mit individueller Betreuung</u> : nach Terminabsprache	
4	<u>„Pre Presentation Meeting“</u> : Besprechung Ablauf von → 5	2
5	<u>Abschließender Workshop mit externen Gästen</u> : Präsentation der Referate, evtl. Gast-Vortrag integriert 11:00 Uhr bis ca. 19:00 Uhr	8
	Summe: 15 Wochen je 2 SWS =	30

Basis-Literatur zum Strategie-Management

besonders zu empfehlen:

Bea, Franz Xaver; Haas, Jürgen (2001): Strategisches Management, 3., neu bearb. Aufl., Stuttgart (UTB Lucius & Lucius).

Hungenberg, Harald (2000): Strategisches Management in Unternehmen, Wiesbaden (Gabler).

Müller-Stewens, Günter; Lechner, Christoph (2001): Strategisches Management, Stuttgart (Schäffer-Poeschel).

Steinmann, Horst; Schreyögg, Georg (2000): Management, Wiesbaden (Gabler).

wichtig:

Bleicher, Knut (1999): Das Konzept Integriertes Management, 5., rev. und erw. Aufl., Frankfurt/Main, New York (Campus).

Kohlöffel, Klaus M. (2000): Strategisches Management, München, Wien (Hanser).

Macharzina, Klaus (1999): Unternehmensführung, 3., akt. u. erw. Aufl., Wiesbaden (Gabler).

interessant:

Fink, Dietmar (2000): Management Consulting Fieldbook, München (Vahlen).

Spezifische Literatur zum Strategie-Management von Medien-Unternehmen

besonders zu empfehlen:

Sjurts, Insa (2002): Strategien in der Medienbranche, Grundlagen und Fallbeispiele, 2., vollst. überarb. u. erw. Aufl., Wiesbaden (Gabler).

Wirtz, Bernd W. (2001): Medien- und Internetmanagement, 2., vollst. überarb. u. erw. Aufl., Wiesbaden (Gabler).

Die Anschaffung von Bea/Haas wird empfohlen.

Weitere Literatur-Hinweise folgen in der Veranstaltung

Liste möglicher Themen zur studentischen Bearbeitung (1)

Allgemeine Themen

Grundlegende Strategiemuster im Vergleich
Internationale Strategien
Konvergenzinduzierte Cross-Media-Strategien
Diversifikationsstrategien
Marktabgrenzung
Markteintritts-Strategien
Nischenstrategie vs. Kernmarktstrategie
Balanced Scorecard
Change Management
Alternative Geschäftsmodelle von Medienunternehmen
E-Commerce: Vermarktungsstrategien im Internet
Online-Engagement als Basis der strategischen Unternehmenspositionierung
Strategisches Controlling

Liste möglicher Themen zur studentischen Bearbeitung (2)

Themenfeld Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

ZDF-Unternehmensstrategie
SWR-Unternehmensstrategie
TV-Strategie SWR (o.a.)
Hörfunk-Strategie SWR (o.a.)
Inside-Out-Strategie SWR (o.a.)
Outside-In-Strategie SWR (o.a.)
ARD-Gesamtstrategie?

Themenfeld Private Veranstalter

RTL-TV-Strategie, ProSieben Sat 1 etc.
Privatradio

Themenfeld Print

Axel-Springer-Verlag, Süddeutscher Verlag, Verlagsgruppe Milchstraße etc.
Druckerei XY: Von der Druckerei zum Mediendienstleister
Veränderungsmanagement im Verlagswesen
Online-Aktivitäten lokaler Tageszeitungen
Bild-Zeitung – crossmedial
Internationalisierung – eine strategische Chance für deutsche Druckunternehmen
Medien im Wandel – Strategische Konsequenzen für Printprodukte

Liste möglicher Themen zur studentischen Bearbeitung (3)

Themenfeld Integrierte Medien-Unternehmen

Konzern-Strategie Bertelsmann
Bauer-Konzern
AOL Time Warner
The Walt Disney Company
Vivendi
Universal
The News Corporation Ltd.

Themenfeld Musikmarkt

Überlebensstrategien im Musikmarkt

Themenfeld Kinomarkt

Überlebensstrategien im Kinomarkt

Themenfeld Multimedia und Internet

Strategiekonzepte im E-Commerce-Markt

Weitere Themen können von studentischer Seite eingebracht werden

Stand: 27.12.2002